

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan. Kesimpulan ini untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan.

Kesimpulan dari penelitian "Model Bisnis Media *Online* Otomotif *Otodriver* Pada Saat Pandemi Covid-19" adalah sebagai berikut

1. Model bisnis *Otodriver* sudah bisa dipaparkan dengan menggunakan konsep model bisnis Van Tassel dan Poe-Howfield, mulai dari model konten, *Otodriver* menggunakan *Content Aggregation Model* dengan kategori *Bundling and Buckets Model*, kemudian *Otodriver* menggunakan *Audience Aggregation Model* dengan kategori *Horizontal Portals and Destination Model* dan *Free Service Model*, lalu *Otodriver* juga menggunakan *Audience Segmentation Models* dengan kategori *Vertical Portal and Destinations*. Model Distribusi *Otodriver* adalah *Cross Media*, untuk model pemasaran, *Otodriver* menggunakan *Spiral Model*, *Viral Model*, dan *Affinity Model*. Untuk model pendapatan *Otodriver* menggunakan *Multiple Revenue Stream Models*, *Ad Supported Models*, *Revenue Sharing Models*, dan *Affiliate Revenue Sharing*.

2. Untuk model bisnis yang digunakan oleh *Otodriver* pada saat pandemi adalah *Otodriver* masih menggunakan model bisnis yang sama pada saat sebelum adanya pandemi, hanya saja *Otodriver* mengalami penurunan pendapatan yang cukup signifikan mengingat pendapatan *Otodriver* banyak dari iklan dan pihak pengiklan juga terkena dampak dari pandemi, dan pendapatan dari *partnerships* pun berkurang karena acara GIIAS pada tahun 2020 dibatalkan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dari hasil penelitian yang telah dijalani, penelitian ini membahas model bisnis media *online* hanya berdasarkan aspek model konten, model distribusi, model pemasaran, dan model pendapatan saja serta penelitian ini hanya berfokus pada satu media saja yakni media *online* otomotif *Otodriver*. Saran peneliti untuk peneliti selanjutnya adalah selain *Otodriver* masih banyak media *online* otomotif lainnya, diharapkan penelitian selanjutnya membahas model bisnis media *online* otomotif lain dan peneliti selanjutnya bisa melihat apakah model bisnis yang diterapkan oleh *Otodriver* digunakan juga oleh media *otomotif* lainnya.

Kemudian, ada beberapa macam konsep model bisnis yang bisa digunakan untuk meneliti model bisnis yang diterapkan oleh media *online*, diharapkan peneliti selanjutnya bisa melakukan analisis dua level dalam

menganalisis model bisnis media *online* tidak hanya dari aspek luarnya saja tetapi peneliti selanjutnya bisa mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

Tidak hanya dari segi model bisnisnya saja, penelitian mengenai bisnis media *online* sudah banyak dilakukan, akan tetapi pada saat ini dunia sedang dilanda virus Corona (*Covid-19*), ada kemungkinan setiap media *online* punya perubahan mengenai model bisnisnya untuk beradaptasi dengan pandemi virus Corona (*Covid-19*).

5.2.2 Saran Praktis

Dari penelitian yang sudah dijalankan, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan pembelajaran bagi *Otodriver* untuk mengembangkan model bisnisnya seperti memberikan konten premium yang hanya bisa didapatkan oleh masyarakat yang rela membayar kepada *Otodriver* untuk mendapatkan konten premium, konten premium yang dimaksud bisa saja seperti acara *Fan Meeting* dengan Fitra Eri sebagai wajah dari *Otodriver* atau dengan beberapa reviewer dari *Otodriver* membahas seputar perkembangan mobil terbaru. Tentunya ini bisa menjadi sumber pendapatan baru bagi *Otodriver*.